

ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ СИНТЕЗА МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ И МЕДИАКРИТИКИ В ПРОЦЕССЕ ПОДГОТОВКИ БУДУЩИХ ПЕДАГОГОВ

PEDAGOGICAL MODEL SYNTHESIS OF MEDIA AND MEDIA CRITICISM IN THE PREPARATION OF FUTURE TEACHERS

А.А. Левицкая, А.В. Федоров

A.A. Levitskaya, A.V. Fedorov

mediashkola@rambler.ru

Таганрогский институт экономики и управления

Таганрогский институт имени А.П. Чехова

г. Таганрог

Авторы статьи предлагают вниманию читателей педагогическую модель синтеза медиаобразования и медиакритики в процессе подготовки будущих педагогов.

Ключевые слова: педагогическая, модель, медиакритика, медиаобразование, медиаграмотность, медиакомпетентность, аналитическое мышление, студенты.

The authors offer our readers the pedagogical model synthesis of media education and media criticism in the preparation of future teachers.

Keywords: pedagogical model, media criticism, media education, media literacy, media competence, analytical thinking, students.

Разработанная нами педагогическая модель синтеза медиаобразования и медиакритики в процессе подготовки будущих педагогов предназначена для внедрения в учебный процесс вуза (в рамках предметов по выбору) для будущих учителей любых профилей, специальностей, однако в большей степени соотносится с профилями гуманитарной, социальной направленности. В нашей экспериментальной работе данная модель внедряется на факультете социальной

психологии и педагогики для студентов – будущих социальных педагогов (Таганрогский институт имени А.П. Чехова).



Рис. 1. Педагогическая модель синтеза медиаобразования и медиакритики в процессе подготовки будущих педагогов

Содержание блоков

1. Блок историко-теоретической подготовки будущих педагогов в области медиаобразования:
 - **ключевые понятия медиаобразования** (медийное агентство, категория медиа, аудитория медиа, медийная репрезентация, язык медиа, медийные технологии и др.);
 - **основные этапы развития истории и теории медиаобразования** (медиаобразование на материале прессы, фотографии, радио и кино в 1920–40-х годах, доминанта практической концепции медиаобразования. Медиаобразование в эпоху развития массового телевидения: 1950–60-е годы, доминанты эстетической концепции медиаобразования. Развитие новых медиаобразовательных теорий («критического мышления», семиотической, культурологической, социокультурной) в 1980–90-х. Современные тенденции

медиаобразования: синтез информационной и медиаграмотности, попытка синтезировать медиаобразование и медиакритику).

2. Блок историко-теоретической подготовки будущих педагогов в области медиакритики:
 - **основные этапы развития медиакритики:** литературная, театральная, музыкальная критика, фотокритика, арт-критика (художественная критика), кинокритика (с начала XX века), телевизионная критика (с 1940–50-х годов)) как базис современной медиакритики. Идеологические, политические и тематические отличия (медиа)критики на Западе и в СССР в XX веке. Возникновение термина «медиакритика» как реакция на интенсивное развитие массмедиа в XX веке. Наиболее влиятельные в плане медиакритики российские и зарубежные газеты и журналы XX века;
 - **медиакритика в контексте современной социокультурной ситуации: задачи, особенности:** современная социокультурная ситуация и ее влияние на медиа и медиакритику. Особенности развития медиакритики в России и за рубежом в XXI веке. Типология медийных источников, содержащих тексты медиакритиков (наиболее известные газеты, журналы, теле-, радиопередачи, интернет-порталы, блоги и др.). Наиболее влиятельные в плане медиакритики современные российские и зарубежные газеты и журналы. Основные задачи современной медиакритики: познание информационного производства; изучение и изменение общественного восприятия медийного содержания и представлений о внешнем мире, складывающихся в сознании аудитории СМИ; оказание влияния на отношение публики к медиа, формирование определенной общественной культуры изучения и оценки деятельности массмедиа, развитие духовного мира аудитории; содействие развитию и совершенствованию творческо-профессиональной культуры создателей медиатекстов; социальной среды функционирования средств массовой информации и т. д. [Короченский, 2003, с. 32]. Направленность современной медиакритики на научное сообщество исследователей медиакультуры, медийные агентства и массовую медийную аудиторию. Профессиональная и любительская (блоговая) медиакритика. Медиакритика и гражданское общество. Медиакритика и медиаобразование;
 - **основные виды медиакритики:** академическая, направленная на аудиторию ученых, исследователей медиакультуры, преподавателей медийных курсов; *корпоративная*, направленная на аудиторию руководителей и сотрудников медийных агентств, медийной индустрии; *массовая*, направленная на массовую аудиторию;
 - **основные жанры медиакритики:** аналитическая статья о процессах, событиях прошлого и настоящего в медийной сфере;

заметка, комментарий на медийную тему; интервью, беседа, дискуссия с персонами медийной сферы; кино-, теле-, радиообозрение; мемуары на медийную тему; открытое письмо на медийную тему; очерк о медийном событии; пародия на медийную тему; репортаж о медийном событии; рецензия на медиатекст; творческий портрет представителя медийной сферы; фельетон, памфлет, связанные с темой медиа; эссе на медийную тему и др.

- **основные функции медиакритики:** информационно-коммуникативная, аналитическая, идеологическая, политическая, просветительская, образовательная, развлекательная, рекреативная, регулятивно-корпоративная, рекламно-коммерческая, эстетическая, этическая, коррекционная, социально-организаторская и др.
3. Блок аналитической и креативной деятельности будущих педагогов по отношению к медиа:
 - 3.1. Аналитическая деятельность студентов по отношению к медиа (медиакритическая составляющая):
 - 1) дескриптивный/нарративный анализ медиатекста (Narrative Analysis of media text) – пересказ медиатекста, перечисление действующих лиц и событий;
 - 2) структурный анализ медиа и/или медиатекста (Structural Analysis of media & media text) – выявление и анализ структуры медийного агентства и/или медиатекста;
 - 3) контент-анализ медиатекста (Content Analysis of media text) – качественно-количественный анализ содержания медиатекста с целью выявления или измерения в нем различных фактов и тенденций;
 - 4) историко-классификационный анализ медиатекста (Historical & Classification Analysis of media text) – определение места медиатекста в историческом контексте;
 - 5) культивационный анализ медиа и/или медиатекста (Cultivation Analysis of media & media text) – анализ содержания медиасферы и медиатекстов с опорой на исследование социокультурного контекста и исследования массмедиа (G. Gerbner). Согласно культивационной теории медиа, аудитория выбирает медиатексты с точки зрения своих взглядов, предпочтений. Отсюда культивационный анализ можно представить как технологию приемов создания условий, для того чтобы аудитории было легче обозначить (сознательно или бессознательно) свои мнения, ожидания и ценности; исследование «глубоких интервью» о демографических и психологических мотивах выбора конкретного респондента; исследование периодических опросов медийной аудитории;
 - 6) анализ персонажей медиатекста (Character Analysis of media text) – разносторонний (включая компаративный) анализ характеров главных и второстепенных персонажей медиатекста;

- 7) анализ стереотипов медиатекста (Stereotypes Analysis of media text) – выявление и анализ стереотипного изображения людей, идей, событий, сюжетов, тем и т. д. в медиатекстах;
- 8) анализ культурной мифологии медиатекста (Cultural Mythology Analysis of media text) – выявление и анализ мифологизации (в том числе в рамках так называемых фольклорных источников – сказок, «городских легенд» и т. д.) стереотипов фабул, тем, персонажей и т. д. в медиатекстах;
- 9) автобиографический (личностный) анализ медиатекста (Autobiographical Analysis of media text) – анализ отношений, эмоций, воспоминаний, которые вызывает медиатекст у конкретного индивидуума;
- 10) иконографический анализ медиатекста (Iconographic Analysis of media text) – анализ визуального ряда, языка медиатекста;
- 11) семиотический анализ медиатекста (Semiological Analysis of media text) – анализ языка знаков и символов в медиатекстах; данный анализ тесно связан с иконографическим анализом;
- 12) идеологический и философский анализ медиа и/или медиатекста (Ideological and Philosophical Analysis of media text) – анализ философии, идеологии медийного агентства и/или медиатекста;
- 13) идентификационный анализ медиатекста (Identification Analysis of media text) – распознавание/идентификация скрытых сообщений в медиатекстах, т. к. медийные агентства часто предлагают ложные и/или упрощенные решения тех или иных политических, социальных и иных проблем;
- 14) этический анализ медиатекста (Ethical Analysis of media text) – анализ медиатекста с точки зрения моральной позиции его автора(ов) и персонажей;
- 15) эстетический анализ медиатекста (Aesthetical Analysis of media text) – анализ художественной концепции произведений медиакультуры разных видов и жанров, тесно связан с эстетической (художественной) теорией медиаобразования (aesthetical approach, media as popular arts approach, discriminatory approach), теоретическая база которой во многом совпадает с культурологической теорией медиаобразования. Эстетический анализ медиатекстов помогает аудитории развить эстетическое/художественное восприятие и вкус, понять основные законы и язык той части медиатекстов, которая имеет отношение к искусству;
- 16) оценочный анализ медиатекста (Assessment Analysis of media text) – заключение о достоинствах явления медиакультуры и/или медиатекста (в целом или его части) на основе личностных, нравственных или формальных критериев;
- 17) герменевтический анализ медиа и/или медиатекста в социокультурном контексте (Hermeneutic Analysis of media & media text in the Social & Cultural Context) – комплексное исследование

процесса интерпретации явлений медиасферы и/или медиатекстов, социокультурных, исторических, политических и иных факторов, влияющих на точку зрения агентства/автора медиатекста и на точку зрения аудитории. Герменевтический анализ предполагает постижение явлений медиасферы и/или медиатекста через сопоставление с социокультурной традицией и действительностью; проникновение в логику явлений медиакультуры и/или медиатекста. Предмет анализа герменевтического анализа – система медиа и ее функционирование в обществе, взаимодействие с человеком, язык медиа и его использование. Комплексность, междисциплинарность, интегрированность использования данного метода.

3.2. Креативная деятельность студентов по отношению к медиа: творческая (творческие задания на медийном материале: литературно-имитационные, театрализованно-ролевые, изобразительно-имитационные), связанные с проникновением внутрь лаборатории создателей произведений медиакультуры / медиатекстов, медиакритических текстов, системы функционирования медиа в социуме в целом; проекты, рассчитанные на самостоятельную исследовательскую и практическую деятельность студентов на медийном материале; практические упражнения, связанные с медийной активностью и медиакритикой – реальным созданием медиатекстов на материале прессы, кино, видео, интернета).

4. Блок технологии подготовки будущих педагогов к медиаобразованию школьников: использование полученных знаний и умений в области медиаобразования и медиакритики в процессе студенческой педагогической практики – в школах, гимназиях, лицеях, учреждениях дополнительного образования (центрах эстетического воспитания, клубах по месту жительства), интернатах, детских домах, летних оздоровительных центрах; основные технологии данной работы. Практическое применение полученных знаний по медиаобразованию и медиакритики во время проведения текущих и зачетных занятий со школьниками (факультативы, кружки, тематические утренники и вечера, викторины, игры и т. д.), для развития их медиакомпетентности.

В итоге внедрения данной модели студенты (будущие педагоги) смогут, по нашему мнению, эффективно развивать медиакомпетентность [Корконосенко, 2004; Короченский, 2003; Почепцов, 2008; Potter, 2014; Worsnop, 2013] школьников, опираясь на полученные знания, синтезирующие основы медиаобразования и медиакритики.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Корконосенко, С.Г. Преподаем журналистику: профессиональное и массовое медиаобразование / С.Г. Корконосенко. – СПб, 2004.
2. Короченский, А.П. Медиакритика в теории и практике журналистики. Дис. д-ра филологических наук / А.П. Короченский. – СПб, 2003. – 467 с.

3. Почепцов, Г.Г. Медиа. Теория массовых коммуникаций / Г.Г. Почепцов. – Киев : Альтерпресс, 2008.
4. Potter W.J. Media Literacy. L.A.: Sage, 2014, 452 p.
5. Potter W.J. The Skills of Media Literacy. Sana Barbara: Knowledge Assets, Incorporated, 2014, 226 p.
6. Worsnop, C. Some Thoughts on Assessment in Media Education // The Journal of Media Literacy. 2013. Vol. 60, № 1-2.
7. Korkonosenko, S.G. Teaching Journalism: professional and mass media education. St. Petersburg, 2004.
8. Korochensky, A.P. Media criticism in theory and practice of journalism. Ph.D. Dis. St. Petersburg, 2003. 467 p.
9. Pocheptsov, G,G, Media. The theory of mass communication. Kiev: Alterpress, 2008.
- 10.Potter W.J. Media Literacy. L.A.: Sage, 2014, 452 p.
- 11.Potter W.J. The Skills of Media Literacy. Sana Barbara: Knowledge Assets, Incorporated, 2014, 226 p.
- 12.Worsnop, C. Some Thoughts on Assessment in Media Education // The Journal of Media Literacy. 2013. Vol. 60, N 1-2.